

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ ค่าแอลเอสดี ค่าไคสแควร์ และค่าแครมเมอร์วี โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 สถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพ ข้าราชการ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 และมีที่อยู่เขตเมือง/ชุมชน จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6

2. พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตนเอง จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 90.1 มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อการติดต่อธุระ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน คือ เอไอเอส แบบเติมเงิน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน คือ โนเกีย จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ และน้อยที่สุดในด้านราคา และ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

4. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยรวมสรุปว่า 1) ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่แตกต่างกัน และ 2) ลูกค้าที่อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่อยู่อาศัย ต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

4.1 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา และที่อยู่อาศัย ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

4.2 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

4.3 ลูกค้าที่มีอาชีพ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน

4.4 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

5. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมสรุปว่า 1) ลูกค้าที่มีผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องที่ใช้เป็นประจำต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่แตกต่างกัน และ 2) ลูกค้าที่มี เหตุผลในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

5.1 ลูกค้ำที่มีผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน

5.2 ลูกค้ำที่มีเหตุผลในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ แตกต่างกัน

5.3 ลูกค้ำที่มีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

5.4 ลูกค้ำที่มียี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

5.5 ลูกค้ำที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

6. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้ำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

6.1 เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้ำ มีความสัมพันธ์กับ ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ เหตุผลในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระดับ ต่ำถึงปานกลาง

6.2 อาชีพ ของลูกค้ำ มีความสัมพันธ์กับ เหตุผลในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระดับปานกลาง

6.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้ำ มีความสัมพันธ์กับ ผู้ขอใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องที่ใช้เป็นประจำ เหตุผลในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย

โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน ยี่ห้อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระดับ ต่ำถึงปานกลาง

อภิปรายผล

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะธุรกิจโทรคมนาคมด้านการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีแนวโน้มการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น และระบบเครือข่ายการให้บริการได้รับพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ ทำให้ทุกระบบเครือข่ายพยายามหาจุดเด่น ของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพสัญญาณ หรือด้าน โปรโมชันที่สามารถตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า ในทุก ๆ ด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธราวุธ ศรีสุนทรวิวัฒน์ (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทะนงเดือน ทวีหงส์ (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยช่วยประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้ำมีการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก โดยมีการตัดสินใจในข้อเครือข่ายสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ และคุณภาพของสัญญาณ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยดูจากชื่อเสียงของตราหือ และลูกค้ำส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็น เอไอเอส แบบเติมเงิน ซึ่งลูกค้ำที่มีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบัน เป็นเอไอเอส มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่า ลูกค้ำที่มีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เป็นหลักในปัจจุบันเป็นทรู สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยาณี ภัทรธาดา (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมใช้แบบเติมเงิน ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลเทพกระษัตรี เขตอำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงิน One 2 Call และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมใช้แบบเติม

เงินมีดังนี้ ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัย
เครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ

2. ปัจจัยด้านราคา ลูกคามีการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ
สามารถกำหนดค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์ตาม โปรโมชันที่เหมาะสม อาจเป็นเพราะลูกค้าจะได้มี
การกำหนดราคาค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับตนเอง โดยส่วนใหญ่ลูกค้าค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน 100 - 300 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราวไล ศรีสุนากรว (2550 :
บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครือข่าย
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา อยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะในปัจจุบัน เจ้าของ
เครือข่ายแต่ละเครือข่ายต่างก็ให้บริการลูกค้าอย่างสะดวกโดยมีศูนย์บริการครอบคลุมทุกพื้นที่
สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราวไล ศรีสุนากรว (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และ
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้ในกรุงเทพมหานคร ผล
การศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย อยู่ในระดับมาก

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะในปัจจุบันที่มีการ
แข่งขันกันอย่างสูง ทำให้เจ้าของเครือข่ายทุกเครือข่ายต่างก็สร้างแรงจูงใจให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น การ
โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ บริการเสริม เช่น การส่งข้อความ เสียงรอสาย หรือมีการแจกบัตรลดราคาซึ่ง
สามารถใช้กับร้านค้าที่เข้าร่วมโปรโมชัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราวไล ศรีสุนากรว (2550 :
บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครือข่าย
โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก

5. ปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ บุคลากรที่ให้บริการ มีส่วนสำคัญ
ที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการได้ ดังนั้นทุกเครือข่ายจึงมีการอบรมให้
พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราวไล ศรีสุนากรว (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และ
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้ในกรุงเทพมหานคร ผล
การศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร อยู่ใน
ระดับมาก

6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ แต่ละเครือข่าย มีการจัดสถานที่ที่มีบรรยากาศที่ดี สะอาดเรียบร้อย มีเครื่องมือ/อุปกรณ์ในการให้บริการทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราวไล ศรีสุนาคร้ว (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก

7. ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ ทำให้มีขั้นตอนการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราวไล ศรีสุนาคร้ว (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เจ้าของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรมีการบริการเสริมแบบใหม่มาให้ใช้อย่างต่อเนื่อง
2. ด้านราคา เจ้าของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรให้ลูกค้าสามารถกำหนดค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์ตามโปรโมชั่นที่เหมาะสมกับตนเอง
3. ด้านช่องทางการตลาดเจ้าของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรเปิดศูนย์บริการในตำแหน่งที่หาง่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดเจ้าของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรมีการลดราคา หรือ แจกของขวัญ ในโอกาสพิเศษ
5. ด้านบุคลากรที่ให้บริการควรให้บริการด้วยความรวดเร็ว
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ เจ้าของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อลูกค้าต้องรอ เช่น หนังสือ โทรศัพท์
7. ด้านกระบวนการในการบริการ เจ้าของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรจัดให้มีจุดบริการที่เสร็จในจุดเดียว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาในประเด็นอื่น ได้แก่ ทัศนคติของลูกค้า หรือความพึงพอใจต่อการให้บริการของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่